

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoretis.....	18
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2.2 Bauran Promosi	31
2.2.3 Personal Selling.....	37
2.2.4 Account Executive	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian.....	47

3.2 Metode Penelitian.....	47
3.3 Subjek Penelitian.....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1 Data Primer	48
3.4.2 Data Sekunder	49
3.5 Teknik Analisis Data.....	49
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	52
4.1.1 Gambaran Umum Nova	52
4.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	52
4.1.1.2 Spesifikasi Media	53
4.1.1.3 Visi dan Misi Nova.....	54
4.1.1.4 Internal Campaign	55
4.1.1.5 Special Moment.....	55
4.1.1.6 Logo Nova	57
4.1.1.7 Oplah dan Distribusi.....	57
4.1.2 Industri Media Periklanan Masa Kini	57
4.2 Hasil Penelitian	62
4.3 Pembahasan.....	67

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	72
5.2 Saran.....	73
5.2.1 Saran Akademis.....	73
5.2.2 Saran Praktis.....	73

DAFTAR PUSTAKA	75
----------------------	----

LAMPIRAN.....	77
---------------	----